

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення Національної комісії
зі стандартів державної мови
«04» жовтня 2022 року № 305

КОМУНІКАЦІЙНА ПРОГРАМА
Національної комісії зі стандартів державної мови
на друге півріччя 2022 року та 2023 рік



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат [58E2D9E7F900307B04000000CC5F3400AEC0A000](#)
Підписант [Мозгунов Володимир Володимирович](#)
Дійсний з [15.02.2022 0:00:00](#) по [14.02.2024 23:59:59](#)

HKCDM



305 від 04.10.2022

Вступ

Національна комісія зі стандартів державної мови (далі – Комісія) є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, який опрацьовує й утверджує стандарти української мови як державної.

Завданням Комісії є збереження та розвиток державної мови через встановлення стандартів державної мови й методів перевіряння рівня володіння державною мовою, необхідного для набуття громадянства чи зайняття визначених законами посад.

Комунікаційна програма Комісії – комплексна програма дій, спрямована на забезпечення інформаційної присутності Комісії в суспільстві, формування пріоритетних напрямів комунікацій з цільовими аудиторіями та реалізацію її функціональних повноважень, покращення іміджу Комісії шляхом запровадження систематичного спілкування з різними групами громадян, підвищення обізнаності громадськості у сфері напрацювання та утвердження стандартів української мови, встановлення методів перевіряння рівня володіння державною мовою, надання об'єктивної інформації про діяльність Комісії, налагодження постійного діалогу з суспільством.

Передбачаємо, що комунікаційна програма активно реалізовуватиметься впродовж другого півріччя 2022 року та 2023 року.

1. Мета й завдання комунікаційної програми.

Мета – підтримка громадськістю діяльності Комісії у сфері напрацювання стандартів державної мови й методів перевіряння рівня володіння державною мовою, необхідного для набуття громадянства чи зайняття визначених законами посад; забезпечення відкритості й публічності діяльності Комісії задля підвищення рівня довіри громадян до неї.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких *завдань*:

- 1) підвищити рівень публічної обізнаності щодо повноважень Комісії;
- 2) забезпечити систематичне інформування громадськості щодо діяльності Комісії у сфері напрацювання стандартів державної мови;
- 3) підвищити рівень поінформованості громадськості щодо процедури іспитування на рівень володіння державною мовою;
- 4) налагодити ефективну комунікацію Комісії з громадськістю та ЗМІ;
- 5) залучити проактивні групи громадян та експертів до напрацювання стандартів державної мови;
- 6) підвищити рівень упізнаваності Комісії.

2. SWOT-аналіз

Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів впливу (SWOT-аналіз) ставить за мету виявити сильні та слабкі сторони Комісії як інституції, що

здійснюватиме комунікаційну програму протягом впродовж другого півріччя 2022–2023 років, визначити можливості для покращення комунікативно-інформаційної складової й нівелювання загроз.

<p>Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none">- єдиний орган державної влади, що опрацьовує й утверджує стандарти української мови як державної, встановлює методи перевіряння рівня володіння державною мовою, необхідного для набуття громадянства чи зайняття визначених законами посад (більше можливостей, менше конкуренції);- кваліфікована та мотивована команда;- сталий інтерес до ключових продуктів Комісії – іспитів на рівень володіння державною мовою та норм мовних стандартів;- простий, регулярно оновлюваний сайт з усією потрібною інформацією;- активні сторінки в соціальних мережах (14 тис. підписників ФБ-сторінки, 2,3 тис. підписників Телеграм-сторінки).	<p>Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none">- низька публічна активність і присутність у соціальних мережах;- результати роботи над стандартами – віддаленні в часі;- відсутність бюджету на комунікаційні заходи, за винятком власних ресурсів організації;- обмеженість у функціоналі офіційного вебсайту Комісії;- відсутність компетенцій в управлінні комунікаційними проектами;- нестача кваліфікованих виконавців для реалізації комунікаційної програми.
<p>Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none">- посилення суспільного інтересу до іспиту для набуття громадянства, що створює додаткові можливості для проведення інформаційних кампаній;- посилення інтересу до української мови в Україні та світі;- широкі можливості у міжнародній співпраці.	<p>Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none">- активність інших учасників інформаційного простору в коментуванні діяльності Комісії;- зниження попиту на послуги Комісії через кризові ситуації в Україні (воєнний стан, пандемія, зміна законодавства);- недобросовісна конкуренція з боку шахрайських інтернет-ресурсів.

3. Аудиторії та зміст комунікацій

3.1. Ключові аудиторії:

загальна аудиторія: громадяни України;

державні органи: Офіс Президента України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування;

потенційні партнери серед державних органів: Міністерство освіти і науки України, Державна міграційна служба України, Уповноважений із захисту державної мови, Міністерство внутрішніх справ України, Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство юстиції України;

ЗМІ: загальнонаціональні, регіональні, місцеві;

наукові й освітні установи: Інститут української мови Національної академії наук України, Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні Національної академії наук України, Інститут психології ім. Г. С. Костюка Національної академії педагогічних наук України, Українське бюро лінгвістичних експертиз НАН України, заклади вищої освіти;

інші установи й організації: спеціально уповноважена установа (організація), яка проводить зовнішнє незалежне оцінювання;

громадськість: інститути громадянського суспільства, активні громадяни, експерти.

Ключові аудиторії	Потреби аудиторій в комунікації	Канали комунікації
Загальна аудиторія	Обізнаність із діяльністю й повноваженнями Комісії	Власні/зовнішні
Державні органи	Отримання постійного контенту щодо діяльності Комісії (<i>забезпечення вебсайтів цих органів прес-релізами та повідомленнями від Комісії</i>)	Власні/зовнішні
Потенційні партнери серед державних органів	Вчасне отримання новин про ініціативи, рішення, заходи Комісії; залучення до участі в реалізації повноважень Комісії у сфері напрацювання й утвердження стандартів української мови, встановлення методів перевіряння рівня володіння державною мовою	Власні/зовнішні
ЗМІ, журналісти	Вчасне отримання актуальної інформації про діяльність Комісії;	Власні/зовнішні

	оперативний зворотний зв'язок для отримання коментарів та/або роз'яснення новин; обізнаність щодо здійснення Комісією повноважень у сфері напрацювання й утвердження стандартів української мови, встановлення методів перевіряння рівня володіння державною мовою	
Наукові установи	Інформування про діяльність Комісії; долучення до реалізації повноважень Комісії у сфері напрацювання й утвердження стандартів української мови.	Власні/зовнішні
Заклади вищої освіти	Інформування про діяльність Комісії; долучення до напрацювання й утвердження стандартів української мови, визначення методів перевіряння рівня володіння державною мовою.	Власні/зовнішні
Громадськість	Інформування про діяльність Комісії; долучення до реалізації повноважень Комісії у сфері напрацювання й утвердження стандартів української мови, встановлення методів перевіряння рівня володіння державною мовою.	Власні/зовнішні

3.2. Основні теми для проактивних комунікацій

Комунікації формуються навколо повноважень Комісії, а також Стратегічних цілей і завдань. Комісія зацікавлена в тому, щоб комунікації з ключовими аудиторіями формували обізнаність щодо діяльності та повноважень органу, залучали громадськість до взаємодії з Комісією для виконання покладених на неї завдань, до публічних заходів Комісії й формували позитивний імідж органу.

Відповідно основними темами є такі:

- Комісія напрацьовує і затверджує стандарти державної мови;
- співпраця Комісії з підприємствами, установами та організаціями щодо напрацювання стандартів державної мови в сферах правопису, термінології, транскрипції та транслітерації;
- Комісія організовує іспити на рівень володіння державною мовою;
- конкретні кроки Комісії в реалізації державної мовної політики;
- здобутки Комісії у сфері реалізації стандартів державної мови;

- робота над корпусом української мови;
- участь громадськості у діяльності Комісії (громадська рада, консультації з громадськістю тощо).

3.3. Найважливіші повідомлення

Найважливіші повідомлення висловлюють основну думку, яку має донести Комісія в спілкуванні зі своїми ключовими аудиторіями.

Комунікаційна програма Комісії впроваджується навколо переліку повідомлень, які відповідають її стратегічним цілям:

- *«Комісія сприяє інтеграції внутрішньо переміщених осіб у територіальні громади перебування»;*
- *«Комісія напроцьовує, затверджує і впроваджує стандарти державної мови»;*
- *«Комісія працює над увідповідненням нормативно-правових документів різних гілок влади стандартам державної мови»;*
- *«Комісія популяризує українську мову за кордоном»;*
- *«Комісія запроваджує Державну систему сертифікації з української мови для іноземців, які виявили бажання вивчати українську мову»;*
- *«Комісія проводить іспит на рівень володіння державною мовою для набуття громадянства»;*
- *«Комісія проводить іспит на рівень володіння державною мовою особами, які зобов'язані володіти державною мовою та застосовувати її під час виконання службових обов'язків»;*
- *«Комісія працює над створенням електронного корпусу української мови».*

3.4. Канали комунікацій

Власні канали комунікації:

- офіційний вебсайт комісії;
- офіційна ФБ-сторінка комісії, інші соціальні мережі;
- особисті зустрічі;
- друковані матеріали;
- співпраця з відомими блогерами та лідерами думок – відеоконтент, «гостьові дописи» на ФБ-сторінці комісії;
- e-mail-розсилка.

Зовнішні канали комунікації:

- ЗМІ – друковані, Інтернет, ТБ, радіо;
- участь у заходах (організованих як Комісією, так і третіми сторонами).

4. Планування комунікаційної діяльності та реалізація завдань комунікаційної програми

4.1. Напрями діяльності Комісії в межах комунікаційної програми

Комунікаційний план передбачає реалізацію завдань комунікаційної програми та включає діяльність Комісії за такими напрямками:

- розроблення календаря заходів і публічної активності на жовтень–грудень 2022 р. (Додаток 1 – для службового користування), січень–липень 2023 р., липень–грудень 2023 р.;
- реалізація заходів щодо інформування громадськості з питань організації та проведення іспитів, напрацювання й затвердження стандартів державної мови, зокрема оприлюднення їх на офіційному вебсайті Комісії, сторінках в соціальних мережах, через зовнішні канали комунікації відповідно до розробленого календаря заходів і публічної активності;
- оновлення структури офіційного вебсайту Комісії та наповнення його сторінок;
- організація (співорганізація) та проведення наукових, науково-практичних та інших заходів;
- забезпечення доступу громадян до публічної інформації, що знаходиться у володінні Комісії;
- здійснення інформаційного забезпечення роботи Комісії;
- залучення до співпраці на постійній основі нових медіа-партнерів (місцеві, регіональні, національні ЗМІ);
- підвищення рівня впізнаваності, зокрема підготовка технічних завдань та відбір виконавців (через тендерні процедури) на розробку візуальної складової комунікаційної програми (дизайн та виготовлення брендваної та інформаційної продукції, соціальної реклами: медіа-, графічної та зовнішньої);
- забезпечення підвищення кваліфікації працівників Комісії, відповідальних за публікацію відкритих даних, доступ до публічної інформації;
- аналіз показників ефективності впровадження комунікаційної програми та корегування програми (за потреби).

4.2. Інформаційні кампанії Комісії

Інформаційні кампанії проходитимуть відповідно до розробленого календаря заходів і публічної активності з використанням власних і зовнішніх каналів комунікації.

- *Високий рівень володіння державною мовою як запорука зміцнення України (важливість іспиту для суспільства).*

- *Іспит на рівень володіння державною мовою для набуття громадянства як основа інтеграції в українське суспільство* (іспит сприяє самоототожненню з громадянською спільнотою держави незалежно від етнічного коріння та національного походження).

- *Знання стандартів державної мови як засобу формування мовної особистості* (підвищити інтерес громадськості до напрацювання стандартів, стимулювати участь фахової спільноти в утвердженні стандартів).

4.3. Форми співпраці з цільовими групами:

- постійний інформаційний обмін із групою представників ЗМІ, лідерів суспільної думки, які забезпечують невідкладне відображення позиції Комісії із актуальних питань, які входять до її повноважень;

- участь у формуванні спільноти представників із зацікавлених громадських організацій, експертів, науковців для постійної взаємодії за напрямками діяльності Комісії;

- участь у публічних заходах, засновником (співзасновником) і організатором (співорганізатором) яких є Комісія;

- організація та проведення конференцій, семінарів, круглих столів, конференцій тощо з питань, що належать до повноважень Комісії;

- забезпечення доступу громадян до публічної інформації;

- організаційне та матеріально-технічне забезпечення роботи громадської ради при Комісії;

- методична, інформаційна допомога уповноваженим установам (організаціям) з питань організації та проведення іспиту (підготовка навчальних матеріалів, вимог, інструкцій);

- запуск чат-бота у Телеграм-каналі Комісії з відповідями на найбільш поширені запитання.

4.4. Комунікаційна структура

Координування питань комунікації у Комісії зорієнтоване на процес прийняття та реалізацію рішень. Дії, рішення, заяви, повідомлення будь-якої посадової особи Комісії впливають на імідж, авторитет та репутацію органу загалом.

Голова Комісії, Заступник Голови Комісії, Члени Комісії є основними спікерами Комісії, їхнє позиціонування відбувається в стратегічному контексті роботи Комісії відповідно до розподілу повноважень.

Відділ стандартів державної мови та забезпечення оцінювання рівня володіння державною мовою є відповідальним виконавцем Комунікаційної програми, оскільки відповідно до Положення про відділ стандартів державної мови та забезпечення оцінювання рівня володіння державною мовою він володіє найточнішою та медійно цікавою інформацією: вимірювання

ключових показників ефективності реалізації комунікаційної програми Комісії – якісні та кількісні індикатори (аналітика, організація зворотного зв'язку із цільовою аудиторією, впровадження практики вимірювання громадської думки), організації публічних активностей, створення текстового контенту, взаємодія зі ЗМІ, редагування інформаційних повідомлень.

Взаємодія між спікерами Комісії та відповідальним виконавцем відбувається через керівника Апарату Комісії (заступника керівника Апарату Комісії) або члена Комісії, який забезпечує взаємодію зі ЗМІ та оприлюднення інформації про діяльність Комісії.

5. Результати реалізації комунікаційної програми

5.1. Очікування від реалізації комунікаційної програми Комісії

У межах комунікаційної програми заплановано покращити імідж Комісії та підвищити авторитет органу, продемонструвати важливість та необхідність його діяльності. Очікуваним є підвищення рівня довіри громадян до дій і рішень Комісії, зміцнення підтримки громадянським суспільством конкретних кроків у сфері напрацювання й утвердження стандартів української мови, встановлення методів перевіряння рівня володіння державною мовою.

Ефективна реалізація комунікаційної програми передбачає підвищення рівня поінформованості всіх ключових аудиторій суспільства про діяльність Комісії та налагодження зворотного зв'язку з ключовими аудиторіями для подальшої ефективної взаємодії.

5.2. Результати реалізації Комунікаційної програми

Загальні очікувані результати:

- покращено імідж та підвищено авторитет Комісії;
- налагоджено конструктивний діалог між Комісією та фаховим середовищем, громадськістю і ЗМІ;
- залучено інститути громадянського суспільства до участі в напрацюванні стандартів державної мови.

Очікувані результати за завданнями:

- підвищено рівень публічної обізнаності про повноваження та діяльність Комісії;
- побудовано систему ефективної комунікації Комісії з цільовими та ключовими аудиторіями;
- налагоджено взаємодію Комісії з громадськими організаціями, фаховим середовищем, розширено коло партнерів;
- налагоджено систему створення та поширення інформаційних продуктів для різних ключових аудиторій;
- зросла кількість громадян, які розуміють необхідність та доцільність діяльності Комісії і підтримують її.

5.3. Показники ефективності реалізації комунікаційної програми

Для позиціонування Комісії як головного центрального органу виконавчої влади у сфері опрацювання та утвердження стандартів української мови, встановлення методів перевіряння рівня володіння державною мовою за кількісними показниками необхідно:

- збільшити кількість позитивних згадувань / публікацій про Комісію у ЗМІ;
- забезпечити присутність Комісії в інформаційному просторі через генерування власних новин, 60–70 % публікацій мають відтворювати ключові повідомлення Комісії;
- збільшити присутність Комісії у соціальних мережах через збільшення кількості публікацій та коментувань дописів підписників;
- збільшити на 30 % кількість підписників офіційних сторінок Комісії у соціальних мережах;
- збільшити кількість відвідувачів офіційного вебсайту Комісії на 20%;

Показники ефективності потрібно відстежувати через:

- аналітику соціальних мереж і присутності в інтернеті (охоплення, відгуки, репости, коментарі, уподобання);
- динаміку збільшення читачів на офіційних сторінках в соціальних мережах;
- кількісний аналіз поширення інформації з офіційного вебсайту за допомогою GoogleAnalytics;
- кількісні показники залучення ЗМІ до публічних заходів Комісії;
- кількість публікацій в ЗМІ про діяльність Комісії.

Моніторинг громадської думки на регулярній основі щодо діяльності Комісії дозволить скоригувати діяльність органу, зокрема й у сфері зовнішніх комунікацій.

6. Фінансове забезпечення виконання комунікаційної програми

Виконання комунікаційної програми відбувається за кошти і в межах бюджету, передбаченого на діяльність Комісії.